

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

FAKULTAS EKONOMI DAN KOMUNIKASI

Jurusan Komunikasi Pemasaran

Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi

Semester Ganjil tahun 2011/2012

**PENGARUH TAYANGAN *TALKSHOW* “PROVOCATIVE PROACTIVE” DI
METRO TV TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA DI BIDANG POLITIK****(Survei :Mahasiswa Komunikasi Pemasaran BINUSIAN 2013 BINUS University)****Eda Ervina 1100060000**

Abstrak

TUJUAN PENELITIAN, ialah untuk mengetahui adanya pengaruh tayangan *talkshow* “Provocative Proactive” terhadap persepsi mahasiswa di bidang politik.

METODE PENELITIAN, ialah memakai metode penelitian kuantitatif dengan sifat metode survei eksplanatif, yaitu menghubungkan dua variabel atau lebih dan digunakan untuk mengetahui alasan dan apa yang mempengaruhi terjadinya suatu kondisi tertentu. Kemudian di analisis menurut pola perhitungan atau ANOVA.

HASIL YANG DICAPAI, berdasarkan hasil analisis penelitian bahwa di dapati adanya pengaruh yang signifikasi antara tayangan *talkshow* “Provocative Proactive” terhadap persepsi mahasiswa di bidang politik. Dimana, hubungan antara tayangan *talkshow* “Provocative Proactive” terhadap persepsi mahasiswa di bidang politik adalah rendah tetapi pasti.

SIMPULAN, bahwa tayangan *talkshow* “Provocative Proactive” mempunyai pengaruh terhadap persepsi mahasiswa di bidang politik, terutama pada mahasiswa komunikasi pemasaran BINUSIAN 2013 BINUS University, sebagai Populasi penelitian.

Kata Kunci: tayangan, talkshow, persepsi